



衛生福利部食品藥物管理署
107 年度「媒體宣導通路集中採購案」
需求說明書

中華民國 107 年 2 月

衛生福利部食品藥物管理署

107 年度「媒體宣導通路集中採購案」

需求說明書

壹、 背景說明（計畫緣起）：

衛生福利部食品藥物管理署（以下簡稱本署）為建立與民眾溝通管道，讓民眾對本署推動之各項政策及措施能有所瞭解，並透過媒體之資訊傳達，進行民眾健康與教育之相關業務宣導及形象管道之建立，藉由各種媒體通路有效傳達，讓社會大眾瞭解本署施政理念，強化民眾對本署業務推動之認知，落實民眾自我健康照護，進而提升消費者信心。

貳、 計畫執行工作內容（或規格內容說明）：

一、 計畫執行內容：

- (一) 提供媒體通路組合項目、時段、版位、數量、單價、製播等資源總表，提供使用單位參考、選擇。資源表清單所列之各項報價於選舉期間之價差，均由廠商自行吸收。
- (二) 媒體通路採購：應含電視、廣播、網路、平面、戶外及其他媒體宣導等通路購買，廠商並需負責設計、刊播、刊登、露出等事宜，其數量由投標廠商規劃之。惟所規劃之通路(內容)，應符合「政府機關政策文宣規劃注意事項」及以下參考原則：

1. 電視媒體：

- (1) 至少應包含無線頻道及有線頻道各種時段、黃金綜藝節目、黃金戲劇節目時段談話性節目等（購買電視廣告主時段搭配副時段，請註明時段，並需視各台屬性，標明主時段之時間及收視族群說明）。

*主時段：12：00 至 14：00、18：00 至 23：00 為原則，如因頻道屬性可作調整，但需就頻道收視提供相關資料佐證說明。

(2) 需具備如各無線及有線台等不同類型之主要電視頻道之節目配合
(播出語言得以國、台、客或英語方式呈現)。

2. 廣播媒體：

(1) 選項需含全國性、地方性電台，請標明主副時段及聽眾分析。

(2) 其他購買之項目：專訪、節目、小單元、口播、整點報時、廣告
製作等。

3. 網路媒體：企劃網路專案規劃並執行有效益之網路廣告或表現方式
(需包括製作並提供網路瀏覽人口分析表)。

4. 平面媒體：

(1) 報紙：選項需包含全國、地方性等項目。至少提供全國讀者群廣
度和閱報率最高的前四大報紙，包括廣告、專欄撰寫、廣編稿、
消息稿、系列報導等，內容需能詳盡宣揚並說明本署政策內容，
刊登版面之選擇需刊登於全國版面，如有刊登地方報之需求則另
行說明之。

(2) 雜誌：至少提供「商業類」、「健康類」、「生活消費類」、「男、女
性雜誌」及「語言學習類」雜誌，包括廣告、插卡特製、紙張加
厚、書腰廣告及其他需購買之專題企劃。

(3) 紙上座談會：含場地、引言人、來賓及內容編輯製作(需由使用
單位同意，方可刊出)。

5. 戶外媒體：選項需包括捷運(含北、高)、公車廣告、客運廣告、台
鐵高鐵及客運電視聯播網、台鐵高鐵燈箱、機場燈箱、戶外看板、
手機來電答鈴…等，所有戶外廣告宣導媒體之規劃、設計、製作等。

6. 其他宣導項目：

(1) 請依宣導對象、內容發揮創意，設計適合教育宣導使用之物品，
如摺頁、海報、手冊、貼紙、胸針、加油站面紙盒…等，依使用

單位需要量身設計各式宣導品、製作、印刷及寄送(規格、單價及數量需明確標示)。

(2) 影片(帶)製作：包括廣播及攝錄器材製作 30 秒廣告、60 秒廣告、插播卡、宣導簡介、紀錄片、教學帶、微電影(30 秒、60 秒、5 分鐘、10 分鐘)等電視、廣播帶(規格、單價及數量需明確標示)。

(3) 專案宣導活動：包括記者會、健康講座、掃街宣導、攤位展示、園遊會、事件行銷…等，依使用單位需要量身設計(規格、單價及內容需明確標示)。

(4) 其他服務：包括影片(帶)拷貝、宣導品包裝運送及其他有關宣導或播映時所需費用。

7. 需配合本署重大輿情及緊急事件需求，臨時調度及機動配合。

(三) 報價：投標廠商之報價需按下列 6 項分別報價：

1. 電視媒體：(以總經費 4%為原則)
2. 廣播媒體：(以總經費 13.6%為原則)
3. 網路媒體：(以總經費 21.8%為原則)
4. 平面媒體：(以總經費 17.3%為原則)
5. 戶外媒體：(以總經費 11.3%為原則)
6. 其他宣導項目：(以總經費 32%為原則)

(四) 規劃設計事項：

1. 規劃建議：如宣導通路及期程等建議。
2. 宣導內容設計與使用建議。

(五) 提供媒體資源回饋及其他加值服務項目。

二、 本計畫案(採購標的)執行內容之主要部分：

☐ 本採購標的範圍之全部。

☒ 本採購標的範圍之部分：媒體通路採購。

參、 履約期限(執行期間)：

■ 廠商應自決標日起至 107 年 12 月 31 日 以前完成履行採購標的之供應。

肆、履約地點：

■ 招標機關地點：衛生福利部食品藥物管理署（台北市南港區昆陽街 161-2 號）

伍、投標廠商基本資格及應檢附之資格證明文件：

一、投標廠商基本資格（具下列■資格之一者）及應檢附之資格證明文件（廠商需提出資格文件影本繳驗，必要時本署並得通知廠商提供正本供查驗）：

☐ 財（社）團法人團體、公、協、學會

☐ 公（私）立大專院校

☐ 公立學術研究機構

☐ 政府機關及其附屬之研究機構

■ 經政府合法登記之公司、行號、機構

☐ 經政府合法登記之醫療機構（含醫院、診所）

☐ 經政府合法登記之合作社

二、應檢附之資格證明文件：

■ 廠商登記或設立證明影本【如：如公司登記或商業登記證明文件、非屬營利事業之法人、機構或團體依法須辦理設立登記之證明文件、工廠登記證、許可登記證明文件、執業執照、開業證明、立案證明或其他由政府機關或其授權機構核發該廠商係合法登記或設立之證明文件】。

上開證明，廠商得以列印公開於目的事業主管機關網站之資料代之。

【注意：依經濟部 98 年 4 月 2 日經商字第 09802406680 號公告：「直轄市政府及縣（市）政府依營利事業統一發證辦法所核發之營利事業登記證，自 98 年 4 月 13 日起停止使用，不再作為證明文件。」準此，投標廠商如以營利事業登記證作為資格證明文件，而無其他足資證明之文件者，視為資格不符】

□本採購屬經濟部投資審議委員會公告「具敏感性或國安(含資安)疑慮之業務範疇」之資訊服務採購，廠商不得為經濟部投資審議委員會公告之陸資資訊服務業者。(上開業務範疇及陸資資訊服務業清單公開於經濟部投資

審議委員會網站 <http://www.moeaic.gov.tw/>)。

☐ 本採購允許合作社參與投標，投標廠商為合作社者，應附具合作社章程，且章程業務項目需涵蓋本採購委託工作項目。

■ 廠商納稅之證明：

(1) 營業稅繳稅證明：為營業稅繳款書收據聯或主管稽徵機關核章之最近一期營業人銷售額與稅額申報書收執聯。廠商不及提出最近一期證明者，得以前一期之納稅證明代之。新設立且未屆第一期營業稅繳納期限者，得以營業稅主管稽徵機關核發之核准設立登記公函代之；經核定使用統一發票者，應一併檢附申領統一發票購票證相關文件。(本項適用於依營業稅法須報繳營業稅者之情形)

(2) 所得稅證明：

最近一期之所得稅申報證明文件。廠商不及提出最近一年證明文件者，得以前一年之納稅證明文件代之。

(3) 營業稅或所得稅之納稅證明，得以相同期間內主管稽徵機關核發之無違章欠稅之查復表代之。

(4) 依法免繳納營業稅或所得稅者，應繳交核定通知書影本或其他依法免稅之證明文件影本。

☐ 廠商依工業團體法或商業團體法加入工業或商業團體之證明影本(如：會員證)。

☐ 前述相關證明，下列單位得以組織條例、規程之影本或准予投標之公函正本(附於投標文件內)代之：

1. 公(私)立大專院校
2. 公立學術研究機構
3. 政府機關及其附屬之研究機構

陸、預估經費：

一、採購金額：新台幣 1,980 萬元整。(包含本案預算金額 1,100 萬元整及後續增購 880 萬元整)

■ 本案預算金額：新台幣 1,100 萬 **元整**，內容如下：

■ 委託服務費用預算金額：新台幣 1,100 萬 **元整**。

(一) 投標廠商應依■委託服務費用提列各項經費後加總填報總價投標。

(二) 注意：投標廠商報價不得逾預算金額，投標廠商報價超過預算金額者，依政府採購法第 50 條第 1 項第 2 款暨行政院公共工程委員會 96 年 10 月 2 日工程企字第 09600396110 號函規定，列為不合格標，不予減價機會。

■ 本採購機關得依採購法第 22 條第 1 項第 7 款規定，保留未來向得標廠商增購之權利，擬增購之項目及內容：

(一) 本案保留後續擴充之期間為 1 年，其經費為新台幣 **880 萬元整**。

(二) 本案保留後續擴充之項目及內容：

1. 本案自使用單位匡列完畢後，即可視各使用單位需求辦理後續擴充增購之權利。
2. 得標廠商需經使用單位評鑑合格，始得參與後續擴充採購作業(107 年度媒體宣導通路集中採購案績效評鑑表，附件 4)。
3. 實際增購內容依使用單位需求，決定原得標廠商後續擴充金額、項目、數量之組合。後續擴充之項目應含電視、廣播、網路、平面、戶外、其他媒體宣導及效益評估分析等通路購買，並提供媒體資源回饋及其他加值服務項目。
4. 原得標廠商應依本署後續擴充調查需求，重提後續擴充之資源總表。增購之項目若依原採購議價調整後之資源總表中挑選，得比照原契約價金條件繼續承包，機關並得以換文方式辦理，免召開議價會議。

二、代收代付項目及費用：無

柒、 服務建議書（企劃書）撰寫格式、內容及相關規定：

一、本案投標廠商是否須延聘相關專家學者組成「專家諮詢、顧問團隊或工作團隊」(下統稱「專家諮詢小組」)等類似組織或編組，以執行本計畫，並於服務建議書(企劃書)提報該等小組成員名單：

■否

☐是，投標廠商應依本案服務建議書(企劃書)「貳、計畫執行工作內容(或規格內容說明)：○、○」規定，組成「○○○○○○○」，並依下列規定辦理：

- ☐1. 投標廠商於得標後，應於「**決標日起○日(日曆天)內**」，提報全體專家學者名單及其書面同意文件送本署，經本署同意後，始得據以執行；未依前開期限提報者，依契約規定計罰逾期違約金。投標廠商無須於服務建議書(企劃書)內載明成員名單，未依規定仍提列者，依採購法第 50 條第 1 項第 2 款規定，列為不合格標。
- ☐2. 投標廠商應於服務建議書(企劃書)內載明專家學者成員名單，併檢附所列全體專家學者之書面同意文件，未完整檢附者，依採購法第 50 條第 1 項第 2 款規定，列為不合格標。

二、請依下列■格式撰寫服務建議書(企劃書)：

☐ 本署委託勞務計畫書格式；

■ 未限定格式；

三、無經費編列標準。

四、除 A3 尺寸繪製之必要圖表(說)外，建議用 A4 縱向紙張，內文應以中文由左至右橫式繕打撰寫(如有必要時，得以英文註記)。宜加目錄、編頁碼(下方置中)、加封面(不須編頁碼)並裝訂成冊。

五、封面應載明計畫名稱、投標廠商、申請機構(或團體)名稱，廠商、機構(或團體)之負責人姓名及計畫提出日期。

六、投標廠商應提出服務建議書(企劃書)一式 10 份【其中一份請勿裝訂，以利複製】參與投標評選，所提服務建議書(企劃書)經提出後不得退換或更換補件。

七、若於服務建議書(企劃書)中引用相關書籍資料，應加註引用書籍名稱，且不得有「互相抄襲」情形。如未予登載加註，

且內容有雷同之處，由評選委員視其抄襲情節輕重，給予相對較低之分數。

八、服務建議書（企劃書），其撰寫應至少包括下列內容：

依本案報價金額（新台幣 1,100 萬元），規劃 107 年本署媒體通路採購內容，包含：

- （一）媒體通路採購與執行計畫：內容應含電視、廣播、網路、平面及戶外等媒體之市場分析、媒體策略、採購執行計畫。
- （二）所提供之媒體通路優勢：內容包含所提供之媒體通路屬性、特色分析、市佔比率、價格優勢，宣導擴散效益。
- （三）媒體效益評估計畫，應包括下列內容：
 - 1. 收視族群之性別、年齡、職業、及收入等之分析。
 - 2. 預估托播檔數、托播成本、每收視點成本（CPRP）、總收視點（GRPs）、觸達率與接觸頻次等各項分析指標作深入分析與評估。
- （四）各產品規格單價清單，作為使用單位履約之用。
- （五）創意加值服務項目清單。
- （六）執行本案工作人員之編組及人力計畫（應明確區分其工作責任及作業方式），廠商應規劃作業流程之服務表。
- （七）廠商近 3 年執行與本案有關之其他案件契約、足資證明之文件影本或實績證明。

九、本案執行計畫內容如有涉及人體研究，得標廠商應依 100 年 12 月 28 日公布施行人體研究法規定，於議價前（無者免填），取得倫理委員會審查通過之相關文件，倘未於前揭期限內取得，或其審查未獲通過，致契約無法繼續履行者，本署得解除契約且不賠償廠商之損失，該審查結果併履約成果辦理驗收。【備註：計畫涉及人體研究或個人隱私資料之收集等需依照「人體研究法」相關規定辦理。】

十、研討會場地應依行政院 95 年 7 月 14 日院授主會三第 0950004326A 號函之規定，各項會議及講習訓練，以在機關

內部或公設場地辦理為原則。

- 十一、 本案應確實依照政府機關政策文宣規劃執行注意事項及預算法第 62 條之 1 之規定，辦理政策宣導，應明確標示其為「廣告」二字且揭示辦理或贊助機關(單位)名稱，並不得以置入性行銷方式進行。
- 十二、 以人為對象之研究，即需進行性別統計分析及差異評估，並於關鍵字中加註「性別」。
- 十三、 如購置 500 萬元以上儀器，應建立管理機制並將儀器資料併成果報告送本署納管，必要時，本署得要求得標廠商向本署簡報，或派員進行實地稽查，於計畫結束後依儀器作業性質開放查詢使用(補助或委辦案件適用，無者免)。

捌、甄選作業方式及程序：

一、受理投標方式：

- (一) 廠商應將投標文件相關資格證明文件及服務建議書(企劃書)(一式 10 份【其中一份請勿裝訂，以利複製】)等相關文件資料，以不透明容器密封，於截止投標期限前，以郵遞或專人送達招標機關指定場所。
- (二) 投標廠商應於外標封詳填本標案「案名」「案號」、「廠商名稱」及「地址」等資料，以利審查。
- (三) 投標廠商所送未通過審查之服務建議書(企劃書)與附件資料，除本署保留部份數量作為備查使用，將於決標或無法決標後退還投標廠商。

二、審標與評選：本案採一次投標，不分段開標，並依「資格規格審查」、「企劃書評選」及「議價」三階段進行。

- (一) 資格規格審查：依本案投標須知規定審查投標廠商之資格(應檢附資格證明文件)及規格(「需求說明書」及服務建議書(企劃書)應檢送份數及撰寫架構)，經資格規格審查符合招標文件規定之投標廠商，始得進入後續評選。
- (二) 服務建議書(企劃書)評選：符合資格者，由本署通知進

行現場評選，並由參與評選廠商進行簡報及答詢後，由各評選委員依評選評比表各項評審標準評分。

玖、招標、決標、評選方式及原則：

一、招標方式：

(一) 限制性招標。

(二) 依採購法第 22 條第 1 項第 9 款辦理：

☒ 委託專業服務 ☐ 委託資訊服務 ☐ 委託技術服務。

(三) 公開評選優勝廠商後辦理議價。

二、決標原則（採購法第 52 條第 1 項第 4 款）：

合於最有利標之競標精神

☒ 依採購法第 22 條第 1 項 ☒ 第 9 款 ☐ 第 10 款 ☐ 第 11 款
☐ 第 14 款準用最有利標。

三、決標方式：

(一) 採訂有底價並以 ☒ 總價決標 ☐ 單價決標

(二) 本案採 ☒ 複數決標（本案預計徵求至少 1 家，最多 2 家得標廠商）

☐ 分項、複數決標

☐ 分區、複數決標

☐ 固定金額決標

(三) 本案委辦工作內容係媒體通路採購、執行媒體傳播與整合行銷，基於各家廠商之專業技術、服務品質及競價市場不同，為使本採購案更符合經濟效益及彈性運用原則，擬採複數決標。得標廠商家數預計徵求至少 1 家，最多 2 家為限，如 2 家得標廠商，各家廠商金額最高不超過 550 萬元整。

(四) 本案決標後將分別通知各得標廠商，須執行之議題及工作項目，廠商須配合各使用單位所提供之各項議題及工作需求，製作執行計畫書及計畫之執行。另，在契約金額不變的原則下，本採購各項目間於實際執行採購時之比例分配及金額，須配合各使用單位之需求分配流用。

四、評選方式及評定原則：

- (一) 本案採序位法一評分轉序位評比，並將價格納入評比。
- (二) 由本署依法組成採購評選委員會辦理評選，並由各評選委員依據各投標廠商所提服務建議書（企劃書），按本案所列評選項目及配分，評定各廠商之得分。
- (三) 全部評選項目之合計總分數（滿分）為 100 分，由各評選委員就評選項目及配分，填寫評比評分表（含序位）乙份，交由工作人員計算**總平均分數及序位總和**。
- (四) 評選委員會出席委員評分結果，總平均分數達 **70 分**（含）以上者為合格廠商；總平均分數未達 **70 分**者為不合格廠商。經評定為不合格者，不得作為優勝廠商。
- (五) 評選委員對於廠商價格項目之給分，將考量該價格相對於所提供服務標的之合理性，以決定其得分，而非僅與其他廠商之價格高低相較而決定其得分。
- (六) 評選委員會之評選作業，以「記名方式秘密為之」為原則。會議中除評選委員就投標廠商所提資料、簡報有關內容提出發問外，其他列席人員均不得發問。
- (七) 優勝廠商評定方式：經計算各投標廠商之序位數總和結果，以總序位合計數最低且經評選委員會出席委員過半數決定者為第一優勝序位廠商，次低者為第二優勝序位廠商，依此類推。
- (八) 評定優勝廠商之優勝序位後，依優勝序位及下列方式與優勝廠商辦理議價（議約）：
1. 優勝廠商為 1 家者，以議價方式辦理。
 2. 優勝廠商在 2 家以上者，依優勝序位，自最優勝者起，依序以議價方式辦理。但有 2 家以上廠商為同一優勝序位者，以標價低者優先議價。
- (九) 序位第一之廠商有 2 家以上且標價相同時，將依下列**■**方式辦理，決定第一優勝序位廠商，次一優勝序位如有相同情形時，比照下列**■**方式辦理：

- ☐ 對序位合計值相同之廠商再行綜合評選一次，以序位合計值最低者為第一優勝序位廠商，綜合評選後之序位合計值仍相同者，抽籤決定之。
- ☒ 擇配分最高之評選項目之得分合計值較高者為第一優勝序位廠商，得分仍相同者，抽籤決定之。
- ☐ 擇獲得評選委員評定序位第一較多者為第一優勝序位廠商，仍相同者，抽籤決定之。

(十) 本案依優勝序位選出下列優勝廠商，並辦理議價：

- ☐ 本案依優勝序位選出 **1名** 優勝廠商，並辦理議價，如經 3 次減價結果仍未進底價，除有依採購法第 53 條規定，得採超底價決標之情形外，本案得宣布廢標。
- ☒ 本案依優勝序位選出至多 **4名** 優勝廠商，並依序辦理議價，第一優勝序位廠商議價不成，則由第二優勝序位廠商遞補，依此類推。

五、評選項目、標準及配分：

項次	評 選 項 目	配分
1	媒體通路內容、廣告設計製作、宣傳規劃、應變能力是否配合本案需求及計畫之完整性與合理性(含執行方法及可行性、人力配置之適切性等)	35
2	工作計畫期程、執行進度及期限規劃之合理性。(含進度規劃、品質控管及保證措施等)	15
3	投標廠商之組織專業執行能力、適當性與相關工作成果。(含專業能力、相關計畫承辦經歷、工作小組組織規模、技術人力及過去辦理類似案件之經驗及執行能力)	10
4	報價及經費組成內容之合理性分析。	20
5	對本計畫案內容之掌握及瞭解程度等	10
6	簡報及答詢	10

六、本案之「**評選**評比表（序位法-評分轉序位法）」及

「**評選**評比總表（序位法-評分轉序位法）」（詳如附件 1、2）。

七、簡報及答詢：

- （一）投標廠商至少應由負責人或指定授權人員 1 人出席評選委員會議簡報。列席簡報人數最多 2 人，所有參與人員請攜帶身分證件備查。
- （二）簡報之順序，將於本署完成資格審查後，當場由資格審查合格廠商抽籤決定。廠商簡報時，其他廠商應退出場外。
- （三）簡報時間及地點，由本署另行通知資格合格廠商。簡報型態由廠商自行決定，除會議室現有播放硬體設備外，其他必要設備由投標廠商自行攜帶準備。
- （四）資格審查合格廠商應就所提服務建議書（企劃書）內容對本案採購評選委員會進行口頭簡報（20 分鐘）與答詢（10 分鐘）。簡報結束前 3 分鐘按鈴聲一短音，簡報時間到按鈴聲一長音，廠商應即停止簡報。（參與簡報廠商如達 3 家以上，本署得經所有參與簡報廠商同意後，酌予縮短簡報時間為 15 分鐘）
- （五）簡報時廠商若經本署唱名三次未到者，視同放棄「簡報及答詢」機會，該項目以「0」分計，評選委員得逕依服務建議書（企劃書）內容進行評分。
- （六）簡報資料以服務建議書（企劃書）原有方案內容表達為主，現場不接受廠商補充資料，且簡報不得更改投標文件內容。廠商另外提出變更或補充資料者，該資料不納入評選。
- （七）問題答詢：簡報結束後，得由各評選委員就廠商簡報及服務建議書（企劃書）內容提出詢答。
- （八）所有參與評選廠商，均不給予任何經費補助。
- （九）評選合格者，如發現有資料提列不實或抄襲之情事者，由廠商自負相關責任，且本署得立即取消其議價資格。

八、評選結果經機關奉核後，另行通知各投標廠商，並依規定辦理後續

作業。

- (一) 於議價前，得調查本署使用單位對於資源項目及數量之實際需求，請優勝廠商重新調整數量組合報價，惟調整後之單價皆不得高於原企劃案所提之單價。
- (二) 本案將以優勝廠商所提之整體性規劃中的資源總表，作為議價依據。惟實際採購項目與數量，得視各使用單位的宣導需求，再從該資源表中挑選而定，使用內容亦應以該資源總表內的項目為限。
- (三) 原企劃案所提之資源總表項目，於決標後應依議價後之決標比率（比率=決標金額 / 報價金額 x 100%）全數等比調降，俾便使用單位依緊急需求進行換購。

拾、驗收及付款：

一、驗收方式：_

■ 本案採分段查驗及期末成果報告 1 次驗收，其驗收得以下列方式進行：

■ 以書面資料審查。

二、本案採分 2 期付款方式辦理：

- (一) 第 1 期款：於 107 年 6 月 30 日前，得標廠商應於期中完成使用單位訂購項目之執行後，提出媒體執行情形之相關證明文件，經機關查驗通過後，由得標廠商出具統一發票送機關請領核實撥付契約價金，俟 107 年度預算經立法院審議通過後就實際執行項目核實結算，並應提供請款明細資料予機關以利統計、核對。
- (二) 第 2 期款：於 107 年 12 月 31 日前繳交期末書面報告（書面 1 式 3 份及電子檔光碟 1 份），經機關書面驗收合格，無待解決事項後，由得標廠商出具統一發票送機關請領撥付契約價金扣除第 1 期支付之款項後，核實撥付給付契約價金剩餘款。並應提供請款明細資料

予機關使以利統計、核對。

三、其他事項：

(一) 期中報告查驗內容(需完成目標項目)：

依使用單位需求完成期中訂購項目，並提供採購資源清單(如附件3)、媒體執行情形相關證明文件。

1. 電視：播出證明及每一購買時段之收視率、電視媒體效益評估(需出具公正客觀第三人監播資料)、收視族群(性別、年齡、職業、收入)之分析，及電視託播數、每收視點成本、毛收視點、毛收視人口、觸達率與頻次等各項指標之分析與評估。
2. 廣播：播出證明(如有公正客觀之第三者之收聽率調查報告，應一併提供)、監播帶或CD(包含節目及廣告時段)。
3. 平面媒體：刊登證明(如有公正客觀之第三者閱讀率調查報告，應一併提供)。
4. 戶外媒體：含照片之露出證明、側錄帶或側錄證明等。
5. 網路及其他：露出證明資料。
6. 創意加值服務項目：刊、播證明或相關露出證明資料。

(二) 得標廠商應於履約期限前，將期末成果報告(書面1式3份及電子檔光碟1份)，以公文送達機關辦理書面驗收結案手續。成果報告內容依使用單位需求執行期末訂購項目，並提供採購資源清單(如附件3)、媒體執行情形相關證明文件，內容應含下列各項：

1. 電視：播出證明及每一購買時段之收視率、電視媒體效益評估(需出具公正客觀第三人監播資料)、收視族群(性別、年齡、職業、收入)之分析，及電視託播數、每收視點成本、毛收視點、毛收視人口、觸達率與頻次等各項指標之分析與評估。
2. 廣播：播出證明(如有公正客觀之第三者之收聽率調查報告，應一併提供)、監播帶或CD(包含節目及廣告時段)

3. 平面媒體：刊登證明（如有公正客觀之第三者閱讀率調查報告，應一併提供）。
 4. 戶外媒體：含照片之露出證明、側錄帶或側錄證明等。
 5. 網路及其他：露出證明資料。
 6. 創意加值服務項目：刊、播證明或相關露出證明資料。
- （三）得標廠商實際完成履約之日期，以機關收文日為準。
- （四）代收代付部分於全案計畫執行完成，並經本署驗收合格無誤後，由得標廠商檢據辦理核銷，核實支付。

拾壹、罰則：詳如本案契約書（草案）

拾貳、其他相關事項：

- 一、本案投標廠商投標文件應包括下列內容：
 - （一）投標廠商之資格文件（請依本案投標須知辦理）。
 - （二）投標廠商之服務建議書（企劃書）（**一式 10 份**）。
- 二、廠商投標時，請將前條所列投標文件裝入不透明容器（封套）密封，並於截止投標期限前以掛號、快遞或專人親送等方式送達本署【衛生福利部食品藥物管理署（台北市南港區昆陽街 161-2 號秘書室）】，投標信封上應註明「本案採購案名」、「案號」及「投標廠商名稱」、「地址」。凡逾時送達或未載明採購案名、案號及投標廠商名稱，以致無法判別為本標案者，皆視為無效標。
- 三、本案報價應含各細項費用及一切稅賦。
- 四、投標廠商報價不得逾預算金額，投標廠商報價超過預算金額者，依政府採購法第 50 條第 1 項第 2 款暨行政院公共工程委員會 96 年 10 月 2 日工程企字第 09600396110 號函規定，列為不合格標，不予減價機會。
- 五、本案得標廠商應繳履約保證金金額（無者免填）：無

☐ 一定金額：_____；☐ 契約金額之一定比率：_____％。

六、本案得標廠商應繳保固保證金金額(無者免填)：無

☐ 一定金額：_____；☐ 契約金額之一定比率：_____％。

七、本案保固期限：自驗收合格之次日起算_____年。(無者免填)

八、得標廠商之專業服務成果，如侵害第3人合法權益時，由廠商負責處理，並承擔一切責任。

九、本案需求說明書及廠商服務建議書(企劃書)之內容，決標後均視為契約之一部分，非因不可抗力之因素，經契約雙方書面同意，不得變更。

十、本案經費係屬 107 年度預算，須經立法院審議通過，若有刪減或刪除，將配合調整經費或終止契約，倘遭立法院凍結不能如期支付，得延後辦理支付，或因會計年度結束，機關須依規定辦理該款項保留作業時，得視保留核定情形，再行支付，機關不負延遲責任。

十一、本案經議價決標後，得標廠商應於決標日起3日內，依下列規定，調整決標單價分析表經費：

(一) 調整後之各項單價，不得高於原報各項單價金額，另調整後之總價金額應與決標價相同。

(二) 核實支付項目之費用調整方式：

1. 採固定金額給付：議價決標後，免調整單價。

2. 非採固定金額給付：議價決標後，須依決標金額比率調整各項單價。

(三) 調整後之單價分析表，應經請購單位人員審查確認無誤，始得辦理後續契約書印製事宜。

十二、決標後 日內(無者免填)，得標廠商需提出詳細工作進度表及細部執行計畫，以作為履約進度掌控之依據。

十三、委託製作之各項作品(含宣導)及設計附件，其著作財產權歸屬於本署。

十四、本採購標的所需製作之材料、設備，概由投標廠商負責。

十五、本案應確實依照政府機關政策文宣規劃執行注意事項及預算法第 62 條之 1 之規定，辦理政策宣導，應明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。如有違背者，將不予支付相關刊播費用，並有權追回已撥付之款項。

十六、如對本採購案規格內容有任何疑問，請電洽本署**企科組**
聯絡地址：

■衛生福利部食品藥物管理署（台北市南港區昆陽街 161-2 號）

聯絡電話：02-2787-7244 郭慕蓉小姐

衛生福利部食品藥物管理署

附件 1

廠商評選評比表（序位法-評分轉序位法）

採購案號：107-TFDA-JFDA-407

採購案名：107 年度「媒體宣導通路集中採購案」

日期： 年 月 日

評 分 廠商名稱								
評選項目及配分								
項次	評 選 項 目	配 分	評 分	評 分	評 分	評 分	評 分	評 分
1	媒體通路內容、廣告設計製作、宣傳規劃、應變能力是否配合本案需求及計畫之完整性與合理性（含執行方法及可行性、人力配置之適切性等）	35						
2	工作計畫期程、執行進度及期限規劃之合理性。（含進度規劃、品質控管及保證措施等）	15						
3	投標廠商之組織專業執行能力、適當性與相關工作成果。（含專業能力、相關計畫承辦經歷、工作小組組織規模、技術人力及過去辦理類似案件之經驗及執行能力）	10						
4	報價及經費組成內容之合理性分析。	20						
5	對本計畫案內容之掌握及瞭解程度等	10						
6	簡報及答詢	10						
總 分（總滿分：100）								
序 位								
評選委員簽名：			意見	意見	意見	意見	意見	意見

註：序位評比依下列方式辦理：就各評選項目分別評分並轉換為序位，再加總計算各廠商之序位數。

衛生福利部食品藥物管理署

附件 2

廠商評選評比總表（序位法-評分轉序位法）

採購案號：107-TFDA-JFDA-407

採購案名：107 年度「媒體宣導通路集中採購案」

日期： 年 月 日

廠 商 名 稱											
評 分 標 序 位 價											
出席評選委員		評分	序位	評分	序位	評分	序位	評分	序位	評分	序位
A 委員											
B 委員											
C 委員											
D 委員											
E 委員											
F 委員											
G 委員											
序位合計數											
總評分/總平均分數											
是否達合格分數											
優勝廠商序位 (全部出席評選委員綜合 考量及過半數決議)											
出席 委員 簽 名	姓名										
	職業										
	姓名			請 假 委 員	姓名						
	職業				職業						

註：受評廠商之總評分平均分數未達合格分數 70 分者，不得為優勝廠商。

107 年度「媒體宣導通路集中採購案」媒體通路組合資源總表

商品類型	媒體類型	規格	媒體名稱	時段(版位)	數量	單位	單價	總價	分配日期	備註事項

107 年度「媒體宣導通路集中採購案」績效評鑑表

使用單位：_____

評鑑期程：

一、評量分數：

得標廠商 評鑑項目	
案號	
專業度 40 分 (刊播表現/媒體協調能力等)	
履約情形 35 分 (異動頻率/遲延情形等/收視調查報告)	
滿意度 25 分 (服務態度/溝通能力/配合度等)	
總 分	

二、綜合意見：

--

備註：綜合評鑑平均分數滿分為 100 分，75 分（含）以上始得參與後續擴充作業。